

Трансформация власти в условиях постмодерного общества

М. Вебер в работе «Политика как призвание и профессия» дает социологическое определение современного государства, исходя из специфики применяемого им средства – физического насилия. Только государство обладает монополией на легитимное физическое насилие. Вебер характеризует политику как стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, или внутри государства между группами граждан. Далее, Вебер говорит о том, что занимающийся политикой стремится к власти: либо к власти как средству, либо к власти «ради неё самой», чтобы наслаждаться чувством превосходства, которое она в себе заключает.

Э. Тоффлер выделял три основных источника власти: насилие, богатство и знание. В современном обществе люди, стремящиеся к власти, зачастую стремятся к ней как к средству более, чем «ради неё самой». Это связано с наличием у политических объединений различных производственных структур, которые обладают финансовым ресурсом, а к государственной власти стремятся, так как только она обладает монополией на физическое насилие.

З. Бауман писал: «чем больше у человека власти, тем больше количество решений может считаться для него реалистичным <...> власть заключается в способности пользоваться действиями других людей как средствами для достижения собственных целей».

П. Бурдьё выделяет понятие «делегирование». С его помощью одно лицо предоставляет свои полномочия другому лицу, а также разрешает доверенному лицу подписывать документы, говорить и действовать от своего имени, вручать свою доверенность, т.е. «plena potestas agendi». Тут возникает проблема: доверенное лицо фактически обретает власть над передавшим ему свои полномочия.

М. Вебер выделял три внутренних основания для оправдания господства, это:

- авторитет личного дара (харизма).
- авторитет «вечно вчерашнего».
- рационально-легальное господство.

Рассматривая первое основание, необходимо отметить, что харизматическая личность, обретая власть, может привести государство к тоталитарному режиму (что было характерно для предыдущей эпохи в истории нашей страны).

Второе основание – делегирование, но тут и поднимается проблема, высказанная ранее. Группа не сможет существовать, не делегируя свои полномочия какому-либо одному лицу, однако в таком случае возникает проблема легальности этих полномочий.

Для рассмотрения преобразования последнего основания хотелось бы привести маркетинговый подход Ф. Котлера. «Политическая партия обязана «продать» кандидата избирателям. С утра до вечера он посещает различные избирательские участки, пожиная бесконечное число рук, целуя детей, встречается со спонсорами и выступает с речами. На всевозможные радио- и телевизионные рекламные объявления, буклеты и письма тратятся огромные деньги. Все негативные черты личности кандидата аккуратно «загримированы», ведь основная цель заключается в том, чтобы повыгоднее «продать» его. После совершения «торговой операции» чувства избирателей уже никого не интересуют. После выборов новое

официальное лицо продолжает проводить по отношению к гражданам политику, ориентированную на продажи».

Таким образом, подводя итоги, необходимо сказать, что если в древние времена главой племени выбирали некого «старейшину», которого уважали и считали мудрейшим, то в наше время властью, господством над большинством, как не странно, обладают те, кто имеет финансовые ресурсы. Эпоха PR-технологий берёт своё: билборды со счастливыми лицами и многообещающими лозунгами, видео- и аудиоролики, телевидение, газеты, интернет – всё это, при правильном использовании, обеспечит известность и поддержку нужному лицу. И совершенно не важно, что необходимого для общества это лицо сделало по факту.